

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya kaum urban datang dengan berbagai macam motivasi, seperti mengharapkan peningkatan dan perbaikan taraf hidup bagi dirinya dan keluarganya. Hal ini merupakan salah satu faktor pendorong timbulnya urbanisasi disamping faktor – faktor lain seperti tersedianya berbagai fasilitas baik pendidikan, pekerjaan dan hiburan. Sementara itu, faktor pertanian yang mereka andalkan sudah tidak bisa diharapkan lagi, sehingga menjadikan mereka berbondong – bondong menuju kota.

Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Pasar tradisional adalah salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti makanan, sumber energi, dan sumber daya lainnya. Pasar berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota, perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari – hari terutama di kawasan perkotaan.

Pada saat ini pusat – pusat perbelanjaan modern berkembang dengan pesat sampai ke pinggiran kota kecamatan, namun peranan pasar tradisional masih tetap penting dan menyatu dalam kehidupan masyarakat. Pasar tradisional merupakan tempat untuk mendapatkan berbagai keperluan dan kebutuhan pokok mayoritas penduduk di tanah air dengan harga yang terjangkau. Jumlah pasar tradisional di Indonesia lebih dari 13.450 dengan jumlah pedagang

berkisar 12.625.000 orang (APKASI, 2003). Pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk – produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil dan mikro yaitu para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat). Para pedagang yang pada umumnya menggunakan modal sendiri dalam jumlah pas – pasan memulai usahanya, berjumlah puluhan juta dan menyandarkan hidupnya kepada pasar tradisional. Pada sisi lain, interaksi sosial sangat kental terjadi di dalam pasar tradisional, karena mekanisme transaksinya menggunakan metode tawar – menawar. Para pedagang atau produsen dan pembeli atau konsumen dapat secara langsung berkomunikasi dan saling mengenal lebih jauh, bukan hanya menyangkut barang yang diperdagangkan tetapi juga menyangkut hal lainnya. Di pasar tradisional budaya masing-masing yang terkait dengan jenis masakan dan cara berpakaian, telah berkumpul dan berinteraksi dengan damai dengan latar belakang suku dan ras mulai dari keturunan Arab, Cina, Batak, Padang, Sunda, Jawa, Madura, Bugis dan lainnya. Selain itu, pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam kaitannya dengan pergerakan tingkat kestabilan harga atau inflasi domestik. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang dijual di pasar tradisional seperti beras, gula, dan sembilan kebutuhan pokok lainnya menjadi objek monitoring ahli statistik setiap bulannya. (www.menlh.go.id/pasarberseri/Pasarberseri.pdf.)

Perkembangan kota – kota di Indonesia selain melibatkan sektor formal tentunya juga melibatkan sektor informal secara integral. Keduanya saling bersinergi untuk menciptakan tata kota dengan karakteristik yang berbeda, dimana disatu sisi terbentuk sistem ekonomi modern dengan berbagai fasilitas yang ada dan di lain pihak terdapat sistem ekonomi tradisional dengan kesederhanaannya.

Keberadaan para Pedagang Kaki Lima (PKL) sering menjadi persoalan di berbagai kota. Persoalan yang sering terjadi adalah keberadaan mereka yang berada pada tempat-tempat yang tidak diperuntukkan bagi kegiatan usaha PKL. Namun penyelesaian persoalannya tidak sederhana. Untuk itu dalam menyelesaikan persoalan ini diperlukan pemahaman mengenai perdagangan kaki lima, dampak akibat adanya pedagang kaki lima dan cara penanggulangannya.

Kota Malang dalam perkembangannya juga mengalami problematika yang sama untuk menghadapi eksistensi dari Pedagang Kaki Lima (PKL) sebagai salah satu penggerak ekonomi daerah. Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Pasar sebagai unsur pelaksana berupaya memberikan bentuk pengembangan baru potensi pedagang kaki lima dengan suatu paradigma baru yakni pemberdayaan atau *empowerment*. Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan proses menyeluruh: suatu proses aktif antara motivator, fasilitator, dan kelompok target pemberdayaan dalam hal ini PKL yang perlu diberdayakan melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, pemberian kemudahan serta peluang untuk mencapai akses sistem sumber daya dalam meningkatkan kemandiriannya. Sebagai dampak dari kehidupan yang semakin sulit tumbuh dengan pesat pedagang kaki lima di tengah – tengah kota terutama Kota Malang, sudah lama pertumbuhan pedagang kaki lima ini menjadi problem pemerintah karena dianggap mengganggu ketertiban lalu – lintas, mengganggu kebersihan dan keindahan kota. Berbagai upaya telah dilakukan namun belum ada tanda – tanda penyelesaian namun justru semakin mengalami peningkatan.

Tahun 1997 adalah awal dari krisis moneter yang menimpa bangsa Indonesia sehingga pada saat itu banyak terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) di banyak perusahaan Nasional di Indonesia juga melanda Kota Malang sehingga banyak masyarakat Kota Malang yang menjadi pengangguran. Dengan

situasi seperti tersebut diatas maka ada sekelompok orang (kurang lebih berjumlah 30 orang) yang mencoba keberuntungan berdagang untuk meningkatkan ekonominya, pada waktu itu lokasi yang dipilih adalah lapangan parkir Stadion Gajayana, dengan alasan pada saat itu dilokasi tersebut adalah tempat berkumpulnya ratusan orang untuk melakukan kegiatan olah raga setiap pagi hari serta tempatnya luas dan tidak mengganggu lalu lintas (pada saat itu belum berdirinya mall seperti saat ini).

Disisi lain ada kegiatan yang dilakukan Pemerintah Kota Malang yang mengenalkan produk – produk UKM dari tiap Kecamatan yang dilakukan tiap hari Minggu dilokasi tersebut yang awalnya berlokasi di Jalan Tugu (di lingkungan Balai Kota).

Dengan adanya kegiatan diatas, maka yang terjadi setiap hari adalah terjadi penambahan jumlah pedagang dan jumlah masyarakat yang datang untuk untuk berolah raga atau belanja disana. Dan puncaknya adalah pada akhir tahun 1999 terjadi bencana Kota Malang yaitu kebakaran hebat yang melanda Pasar Besar Kota Malang, sehingga yang terjadi adalah eksodus besar – besaran dari pedagang Pasar Besar yang ikut berdagang di area parkir Stadion Gajayana karena tidak memungkinkan untuk berjualan dipasar yang hancur karena kebakaran.

Pemerintah Kota Malang menerbitkan Surat Keputusan Walikota Malang no.193 tahun 2003 tentang penataan dan pengelolaan wisata belanja Tugu yang pada saat itu Dinas Pariwisata, Informasi,dan Komunikasi ditunjuk sebagai Dinas yang membawahi wisata belanja Tugu dikarenakan UPTD GOR pada saat itu juga bagian dari Disparikom.

Maka dengan adanya organisasi pedagang yang diberi nama Ikatan Pedagang Wisata Belanja tersebut maka Pemerintah Kota Malang mengeluarkan Surat Keputusan Walikota nomor: 556/18/420.308/2005 tentang izin pemakaian

tempat berjualan wisata belanja Tugu di area luar Stadion Gajayana, yang di dalamnya berisi juga nama – nama pedagang yang bisa beraktifitas di area wisata belanja Tugu berdasarkan usulan Ikatan Pedagang Wisata Belanja Tugu.

Dengan berjalannya waktu, maka perkembangan dan kemajuan Kota Malang tidak terelakkan lagi. Maka atas dasar kebijakan Pemerintah Kota Malang maka Stadion Gajayana harus direnovasi yang ke depannya akan berdiri Stadion bertaraf Internasional dan pusat perdagangan yang megah bernama Mall Olympic Garden (MOG). Lokasi Pasar Tugu dipindahkan ke Jalan Semeru untuk sementara.

Keputusan Pemerintah Kota Malang merelokasi Pasar Minggu (Tugu) ke halaman luar Stadion Gajayana disambut positif oleh masyarakat dan para pedagang. Pengunjung lebih puas sebab penataan pasar yang cukup bagus, Wali Kota Malang, H. Moch. Anton mengungkapkan senang karena relokasi Pasar Tugu bisa berjalan sesuai dengan rencana. Pihaknya berharap seluruh anggota Paguyuban Pedagang Pasar Wisata Tugu dan juga warga bisa menjaga kondisi yang sudah bagus ini agar ke depan semakin lebih baik.

“Relokasi Pasar Tugu dilakukan setelah kami banyak mendapat keluhan dari masyarakat atas aktivitas jalan yang macet. Dengan direlokasi kembali, diharapkan keadaan itu bisa teratasi,” jelas Anton. (Kendedes Media Center-Info Publik Kota Malang, 2014)

Selain di Stadion Gajayana, Anton menyebutkan sebenarnya untuk relokasi Pasar Tugu akan ditempatkan di Lapangan Rampal, tetapi setelah dikaji ulang akhirnya diputuskan relokasi di Stadion Gajayana. Dengan sudah direlokasinya Pasar Tugu ke Stadion Gajayana diharapkan ke depan tidak ada lagi Pedagang Kali Lima (PKL) yang berjualan di jalan.

“Sesuai dengan data yang ada, untuk penghuni Pasar Tugu sebanyak 459 pedagang dan sudah tidak boleh bertambah lagi, sebab tempat sudah tidak

memungkinkan,” tegas Anton. Selain relokasi Pasar Tugu, Anton menjelaskan saat ini Pemkot Malang sedang menyiapkan kawasan wisata Jalan Ijen. Jadi dengan adanya kawasan Jalan Ijen, setelah pedagang direlokasi ke Stadion Gajayana saat ini kawasan untuk *car free day* diperpanjang. Kalau selama ini hanya di Jl. Ijen, ke depan lebih panjang lagi hingga Jl. Semeru.

Pengunjung Pasar Tugu, Widyawati mengaku senang melihat Pasar Tugu kembali ke Gajayana sebab kesannya lebih tertata rapi. Jika ini bisa dipertahankan dan tidak ada penambahan pedagang lagi tentu pengunjung bisa lebih nyaman. “Sayang meski pedagangnya sudah rapi masih banyak pengamen dan pengemis yang masuk, adanya pengamen dan pengemis ini membuat pengunjung tidak nyaman terutama saat menikmati makanan,” tegas Widyawati.

Dari kenyataan ini, Widyawati berharap Pemkot Malang tegas terhadap pengamen dan pengemis, sebab kalau tidak bertindak tegas maka akan membuat Pasar Wisata Tugu menjadi semrawut. Agar pengemis dan pengamen tidak masuk kawasan pasar wisata, Pemkot Malang bisa saja menyediakan anggota pengamanan di lokasi sehingga pengunjung yang berkunjung ke Pasar Wisata Tugu semakin merasa nikmat, aman dan nyaman. (Kendedes Media Center-Info Publik Kota Malang, 2014)

Menurut para pengunjung, Pasar Minggu di Pasar Wisata Belanja Tugu setelah direlokasi begitu teratur stand – standnya, tersusun cukup rapi, bersih, cenderung nyaman dan aman, namun akses masuk ke lokasi pasar cukup sulit. Pemerintah Kota Malang dan Dinas Pariwisata, mengatur dan menerapkan kebijakan terkait Pasar Tradisionalnya dengan payung hukum (Perda) yang jelas. Faktor kenyamanan menjadi salah satu hal yang paling harus diutamakan. Kondisi pasar tradisional seharusnya menjadi parameter kemajuan sebuah daerah, karena tentu dengan demikian dapat dikatakan para pedagang, akan lebih bersemangat dalam mengais rezeki demi penghidupan mereka. Para

pembeli pun akan berbondong-bondong dan merasa nyaman dan aman berbelanja di pasar tradisional. Ketika perawatan pasar tradisional tak maksimal, kenyamanan kota boleh dikatakan setali tiga uang. Jangan hanya menata pada bagian pusat kota saja, dan malah mengabaikan daerah pinggiran (periferal) dimana pasar – pasar tradisional berada. Faktor keamanan menjadi faktor signifikan lainnya. Banyak orang atau pembeli beranggapan, masuk ke pasar tradisional adalah masuk ke sarang pencopet sehingga harus selalu ekstra hati – hati agar tidak jadi korban pencopetan. Ini menjadi kesan yang buruk sekaligus stigma yang harus segera dihilangkan dengan mendesain kebijakan yang maksimal dan mampu mengeliminasi semua itu. Telah menjadi tugas masyarakat untuk selalu memberi kritik dan saran kepada pengambil kebijakan di daerahnya.

Pasar Minggu di Wisata Belanja Tugu sangatlah mudah diakses, hampir semua angkutan umum yang bernama A, L, dan G, melewati pasar ini. Atau bisa memilih ADL dan AL dari arah Terminal Arjosari. Dari Landungsari, bisa mengambil angkutan LDG, GL, dan LG. Semua angkutan bertarif sama.

Pasar yang menempati halaman luar Stadion Gajayana ini menyediakan segala macam kebutuhan, mulai dari makanan, minuman, pakaian, mainan, hewan peliharaan, tanaman hias, pernik – pernik/perhiasan, sampai dengan perlengkapan rumah tangga.

Hampir semua barang – barang yang dijual relatif terjangkau, harganya rata – rata lebih murah daripada yang dijual di pasaran. Bahkan banyak barang – barang yang jarang ditemui di pasar lain, bisa ditemukan di Pasar Minggu ini.

1.2 Rumusan Masalah

Interaksi antara permintaan dan penawaran akan menciptakan suatu kondisi pasar, ketika pasar tersebut direlokasi akan menimbulkan implikasi terhadap

usaha Pedagang Kaki Lima (PKL), maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana implikasi relokasi pasar terhadap usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Pasar Minggu di Pasar Belanja Tugu Kota Malang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui implikasi relokasi pasar terhadap usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Pasar Minggu di Pasar Belanja Tugu Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara praktis maupun akademis bagi pihak – pihak yang terkait sebagai berikut :

- a. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini di harapkan meberikan informasi kondisi PKL Pasar Minggu di Pasar Wisata Belanja Tugu Kota Malang dan memberikan inspirasi bagi peneliti yang tertarik pada topik sejenis agar dapat mengembangkan secara mendalam.
- b. Dapat dijadikan suatu pembelajaran dan pengalaman bagi para pembaca dan penulis terkait dengan permasalahan PKL khususnya di Pasar Wisata Belanja Tugu Kota Malang.